

**MEDIA MASSA SEBAGAI MEDIUM KOMUNIKASI SIMBOLIK
ARTIFAKTUAL BUDAYA POPULER DI INDONESIA
(STUDI KASUS : PENELITIAN SAMPUL MUKA MAJALAH
FEMINA)**

Elda Franzia

**Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Trisakti
Jalan Kyai Tapa No. 1 Grogol, Jakarta Barat, Indonesia**

Abstrak

Media massa sebagai bagian dari aktivitas komunikasi di masyarakat budaya, telah menjadi medium bagi proses komunikasi simbolik di masyarakat Indonesia. Media massa tidak hanya menjadi penyampai pesan, tetapi juga berperan dalam proses penciptaan makna dalam kehidupan sehari-hari. Teks dalam media, baik dalam bentuk teks verbal maupun visual, merekam artefak-artefak budaya dalam suatu ruang dan waktu tertentu dan menyampaikan simbolisasi budaya populer yang berlaku pada masa tersebut, sehingga penelitian media massa sebagai bagian dari penelitian komunikasi akan memberikan pemahaman dan literasi media yang penting bagi kemajuan industri media di Indonesia dan kecerdasan literasi masyarakat Indonesia. Dalam studi kasus sampul muka majalah *Femina*, penelitian dilakukan dalam dua tahapan metodologi, yaitu analisis struktur visual sampul muka majalah dan analisis wacana. Analisis struktur visual mengupas elemen-elemen pembentuk visual pada sampul muka majalah dengan fokus perhatian pada model dan atribut atribut fesyen, sedangkan analisis wacana dilakukan untuk memahami konteks interaksi sosial dan pengaruh ideologi, kekuasaan ekonomi, dan pengaruh budaya populer, yang melatarbelakangi terbitnya majalah *Femina*. Pada konteks interaksi sosial tersebut, bahasa visual menjadi medium interaksi yang menjadi fokus perhatian penelitian. Artefak budaya populer yang menjadi atribut fesyen model pada sampul muka majalah *Femina* menyampaikan makna budaya populer bagi masyarakat Indonesia.

Kata kunci: Media, komunikasi, simbolik, artifaktual, *Femina*.

Abstract

Mass media as part of the communication activities in the public culture, has become a medium for the process of symbolic communication in Indonesian society. The mass media is not only a messenger, but also plays a role in the process of creating meaning in everyday life. Text in the media, both in the form of verbal and visual texts, recording the cultural artefacts in a particular time and space and convey a symbol of popular culture prevailing at that time, so the study of mass media as part of the study will provide an understanding of communication and media literacy essential for the progress of the media industry in Indonesia and Indonesian intelligence community literacy. In the case studies cover of Femina magazine, research carried out in two stages methodology, which analyzes the visual structure of the cover of the magazine and discourse analysis. Analysis of visual peeling structure-forming elements visually on the cover of a magazine with a focus on fashion models and attributes attributes, whereas discourse analysis is done to understand the context of social interactions and influence of ideology, economic power, and the influence of popular culture, which is behind the publication of the magazine Femina. In the context of social interaction, a visual language to be the medium of interaction are the focus of research attention. Artifacts of popular culture which is the attribute of fashion models on the cover of Femina magazine convey the meaning of popular culture for the Indonesian people.

Key Words: *Media, communication, symbolic, artifactual, Femina.*

A. LATAR BELAKANG

Media massa merupakan medium dari aktivitas komunikasi di masyarakat budaya. Kebudayaan sendiri mencakup segala kesadaran, perilaku hidup, dan segala ciptaan manusia yang sifatnya universal dan berada dalam setiap kelompok masyarakat. Keluasan elemen kebudayaan ini menyebabkan perbincangan mengenai budaya dan manusia menyinggung segala aspek kehidupan manusia, termasuk di dalamnya komunikasi.

Kebudayaan merupakan substansi yang kaya makna, dan kerap dihadirkan dalam bentuk simbolik melalui penanda budaya yang memiliki makna tertentu. Kehadiran penanda budaya dalam komunikasi melalui media

activities in the public
symbolic communication in
messenger, but also plays a
ay life. Text in the media,
g the cultural artefacts in
mbol of popular culture
as part of the study will
media literacy essential for
d Indonesian intelligence
mina magazine, research
zes the visual structure of
Analysis of visual peeling
f a magazine with a focus
eas discourse analysis is
actions and influence of
popular culture, which is
In the context of social
interaction are the focus
which is the attribute of
e convey the meaning of
actual, Femina.

aktivitas komunikasi di
akup segala kesadaran,
g sifatnya universal dan
n elemen kebudayaan ini
n manusia menyinggung
nya komunikasi.

aya makna, dan kerap
a budaya yang memiliki
omunikasi melalui media

massa menjadi simbol-simbol yang dipahami oleh kelompok masyarakat tertentu yang berada dalam ruang dan waktu terbatas. Penafsiran terhadap simbol budaya yang berada dalam teks media baik verbal maupun visual dilakukan melalui analisis kesatuan makna yang integratif dan tidak dapat terpisah satu dengan yang lain.

Teks dalam media massa merekam artefak-artefak budaya yang berada dalam ruang dan waktu tertentu untuk menyampaikan simbolisasi budaya populer yang berlaku pada masa tersebut. Salah satu teks media massa yang memuat teks visual dan teks verbal tersebut adalah majalah Femina. Pada majalah, perwajahan atau tampilan secara visual mulai dari sampul muka sampai sampul belakang menjadi penting, karena perwajahan majalah menjadi bahasa visual yang memiliki fungsi komunikasi, yaitu sebagai penyampai identitas dan situasi sosial, kultural, ekonomi, yang melingkupinya.

Dalam studi kasus sampul muka majalah Femina, model yang ditampilkan pada sampul muka sering kali adalah selebritis yang terkenal pada zamannya. Dalam proses pemotretan, gaya busana dan atributnya menjadi cerminan fesyen dan budaya yang populer pada masa tersebut. Untuk memahami proses pemaknaan simbolik artifaktual di dalamnya, penelitian dilakukan dalam dua tahapan metodologi, yaitu analisis struktur visual sampul muka majalah dan analisis wacana untuk memahami budaya populer yang terekam secara simbolik melalui artefak-artefak budaya yang dimunculkan dalam sampul muka majalah. Tujuannya agar dapat memberikan pemahaman terhadap komunikasi simbolik artifaktual yang dilakukan oleh media massa dan literasi media budaya populer yang penting bagi kemajuan industri media serta peningkatan kecerdasan literasi masyarakat di Indonesia pada umumnya.

B. MEDIA MASSA SEBAGAI MEDIUM KOMUNIKASI SIMBOLIK ARTIFAKTUAL BUDAYA POPULER

Kebudayaan dan masyarakat adalah dua hal yang tak dapat dipisahkan dan saling terhubung dalam arus komunikasi. Komunikasi mempunyai peranan penting bagi kelangsungan dan inovasi budaya juga untuk kelangsungan hidup manusia. Komunikasi berlangsung secara langsung maupun tidak langsung, melalui bahasa visual dan bahasa verbal, juga dalam praktik penandaan dan pemakaian. Komunikasi dalam pandangan budaya bukan hanya transmisi pesan, tetapi juga penciptaan makna dalam kehidupan sehari-hari.

Dalam teori sosiologis, interaksi simbolik merupakan apa yang ada di antara komunikasi dan respon, yaitu komunikasi dan interpretasi simbol. Metode interaksionisme simbolik akan mempertimbangkan, antara lain: bahasa, tingkah laku, dan bahasa tubuh. Simbol itu sendiri merupakan tanda non verbal sederhana, sesuatu yang visual yang berdiri untuk sesuatu yang lain dari dirinya. Akan tetapi simbol dapat juga berwujud menjadi artefak yang lebih luas beroperasi dalam lingkup budaya (Hartley, 2010, p. 281).

Bagan pemikiran budaya di bawah menjelaskan tentang keluasan pemikiran kebudayaan dan hubungannya dengan pokok pembahasan penelitian ini. Konsep pemikiran kebudayaan tersebut saling bersentuhan dan bukan merupakan pemisahan, di mana budaya populer, budaya massa, budaya materi, dan budaya visual sebenarnya saling berkaitan satu sama lain dalam pemikiran budaya dan media.

Konsep
Pemikiran

Representasi
Realitas

Tujuan
Fungsi

Bagan 1. Pemikiran Budaya

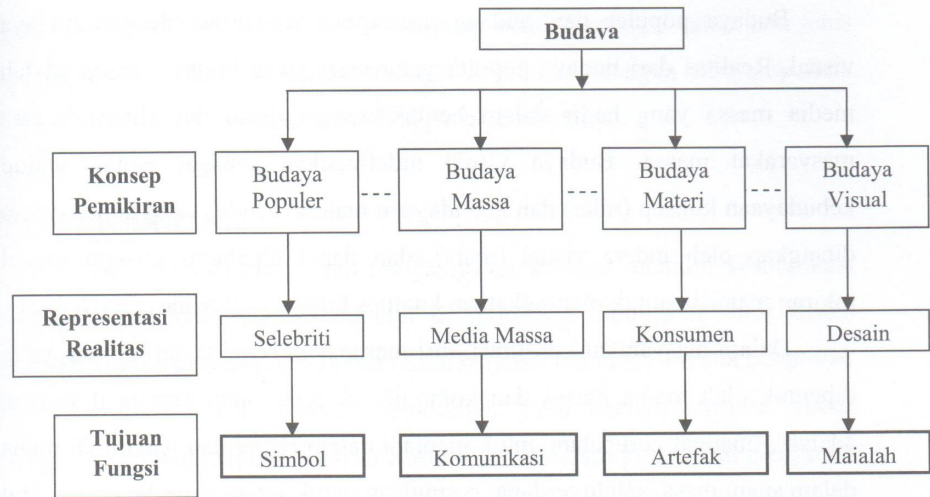
Budaya populer
budaya tanpa harus
masyarakat tertentu, se
dan inovasi-inovasi da
populer yang diprod
Masyarakat massa yan
realistis, dan mencari
konsep pemikiran bud
dan konsumerisme, da
Atas dasar materi
mengaktualisasikan d
Perilaku masyarakat b
yang digunakan.

MUNIKASI SIMBOLIK

yang tak dapat dipisahkan. Komunikasi mempunyai dimensi budaya juga untuk langsung secara langsung bahasa verbal, juga dalam dalam pandangan budaya makna dalam kehidupan

an apa yang ada di antara interpretasi simbol. Metode an, antara lain: bahasa, liri merupakan tanda non i untuk sesuatu yang lain jud menjadi artefak yang , 2010, p. 281).

elaskan tentang keluasan gan pokok pembahasan ut saling bersentuhan dan populer, budaya massa, g berkaitan satu sama lain



Bagan 1. Pemikiran Budaya Dalam Lingkup Simbolik Artifaktual pada Majalah Wanita

Budaya populer adalah kebudayaan yang memiliki elemen-elemen budaya tanpa harus mengikuti norma-norma tradisi atau adat istiadat masyarakat tertentu, sehingga budaya populer terbuka kepada pengaruh luar dan inovasi-inovasi dalam perkembangannya (Strinati, 2004, 7-12). Budaya populer yang diproduksi untuk pasar massal menjadi budaya massa. Masyarakat massa yang teratomisasi adalah masyarakat yang pragmatis dan realistis, dan mencari keterikatan dengan benda-benda sehingga menimbulkan konsep pemikiran budaya materi. Budaya massa mendorong komersialisasi dan konsumerisme, dan menyuburkan keterikatan manusia terhadap materi. Atas dasar materi itu manusia memiliki pola-pola tertentu untuk mengaktualisasikan diri melalui perilaku tertentu (Meliono, 2004, 68). Perilaku masyarakat budaya tersebut meliputi gaya, laku, dan artefak budaya yang digunakan.

Budaya populer dan budaya massa erat kaitannya dengan budaya visual. Realitas dari budaya populer yang merupakan budaya massa adalah media massa yang hadir dalam bentuk-bentuk visual dan diterima oleh masyarakat massa. Budaya visual didefinisikan sebagai tautan wujud kebudayaan konsep (nilai) dan kebudayaan materi (benda) yang dapat segera ditangkap oleh indera visual (mata), dan dapat dipahami sebagai model pikiran manusia untuk meningkatkan kualitas hidupnya (Sachari, 2007, 1-2).

Dalam masyarakat konsumsi, diri merupakan refleksi dari citraan yang dibentuk oleh media massa dan komoditi. *Zeitgeist* atau semangat zaman, adalah semangat perubahan untuk menjadi dalam ruang dan waktu. Di mana dalam suatu masa, selalu terdapat permulaan untuk setiap masa ke depan. Hal inilah yang menggerakkan perubahan budaya masyarakat tertentu, yaitu konsep kedinamisan yang menjadi karakteristik modernitas (Piliang, 2003, 75, 183).

Simbol dipahami sebagai tanda-tanda pada media yang beraneka ragam digunakan untuk berbagai tujuan berbeda antara satu masyarakat dengan masyarakat lainnya, antara satu budaya dengan budaya lain. Simbol tersebut meliputi citra-citra visual, kode-kode dan konvensi-konvensi yang membentuk sistem nilai dan pola-pola perilaku pada masyarakat tertentu (Cavallaro, 2004, 5-6). Nilai-nilai tersebut termasuk nilai estetis, nilai harmonis, nilai ekonomis, dan nilai-nilai lainnya yang menyertai dan melekat pada tanda yang direpresentasikan oleh budaya populer.

Media massa menjadi medium bagi komunikasi yang dilakukan untuk masyarakat massa. Komunikasi yang dilakukan oleh media massa seperti majalah merupakan komunikasi satu arah yang menjangkau khalayak secara luas. Dalam penyampaian, setiap jenis media massa membidik sasaran tertentu, sehingga komunikasi menjadi terarah dan meraih khalayak sebanyak

mungkin (Rivers, et al).
media massa cetak, media
informasi dengan rama

C. METODOLOGI

Untuk memperjelas
simbolik artifaktual b
Sebagai studi kasus ad
dilakukan dalam dua
sampul muka majalah
elemen-elemen pembe
perhatian pada model
dilakukan untuk mem
kekuasaan ekonomi, c
terbitnya majalah Fem

Objek penelitian
penerbitannya pada tal
secara diakronik pros
proses perubahan dal
pada sampul muka r
pengumpulan data d
mengumpulkan doku
sampai dengan tahun
sampul muka majalah
setiap dekade. Peng
sampling, di mana
kebutuhan penelitian.

kaitannya dengan budaya
pakan budaya massa adalah
k visual dan diterima oleh
kan sebagai tautan wujud
ri (benda) yang dapat segera
at dipahami sebagai model
lupnya (Sachari, 2007, 1-2).

an refleksi dari citraan yang
geist atau semangat zaman,
n ruang dan waktu. Di mana
uk setiap masa ke depan. Hal
masyarakat tertentu, yaitu
k modernitas (Piliang, 2003,

media yang beraneka ragam
ara satu masyarakat dengan
budaya lain. Simbol tersebut
n konvensi-konvensi yang
ku pada masyarakat tertentu
termasuk nilai estetis, nilai
a yang menyertai dan melekat
populer.

anikasi yang dilakukan untuk
n oleh media massa seperti
menjangkau khalayak secara
dia massa membidik sasaran
lan meraih khalayak sebanyak

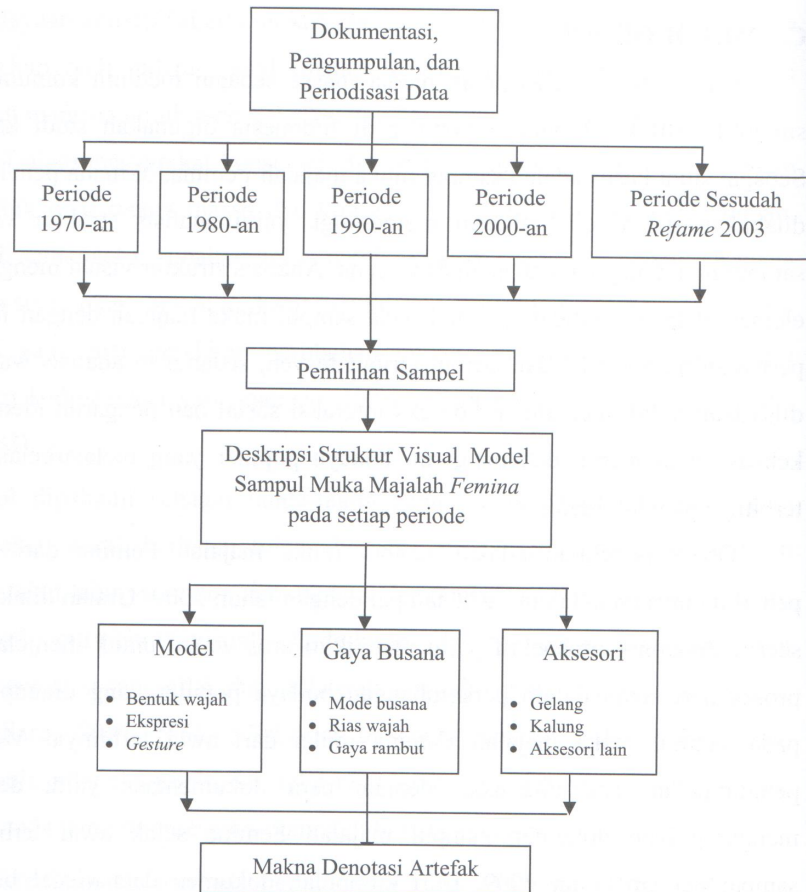
mungkin (Rivers, et al, 2003, 19). Majalah wanita, sebagai salah satu jenis media massa cetak, menjangkau khalayak sasarnya dengan menyampaikan informasi dengan ramah dan mudah kepada pembacanya.

C. METODOLOGI

Untuk memperjelas peran media massa sebagai medium komunikasi simbolik artifaktual budaya populer di Indonesia digunakan studi kasus. Sebagai studi kasus adalah sampul muka majalah Femina, di mana penelitian dilakukan dalam dua tahapan metodologi, yaitu analisis struktur visual sampul muka majalah dan analisis wacana. Analisis struktur visual mengupas elemen-elemen pembentuk visual pada sampul muka majalah dengan fokus perhatian pada model dan atribut atribut fesyen, sedangkan analisis wacana dilakukan untuk memahami konteks interaksi sosial dan pengaruh ideologi, kekuasaan ekonomi, dan pengaruh budaya populer yang melatarbelakangi terbitnya majalah Femina.

Objek penelitian adalah sampul muka majalah Femina dari awal penerbitannya pada tahun 1972 sampai dengan tahun 2009. Uraian dilakukan secara diakronik prospektif yaitu mengikuti arus waktu untuk menjelaskan proses perubahan dalam perkembangan budaya populer yang ditampilkan pada sampul muka majalah Femina mulai dari awal terbitnya. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara dokumentasi, yaitu dengan mengumpulkan dokumen sampul majalah Femina sejak awal terbitnya sampai dengan tahun 2009. Dari kumpulan dokumen data visual berupa sampul muka majalah kemudian diambil sampel-sampel yang mewakili setiap dekade. Pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, di mana sampel-sampel yang diambil disesuaikan dengan kebutuhan penelitian. Data-data sampul majalah yang terkumpul akan

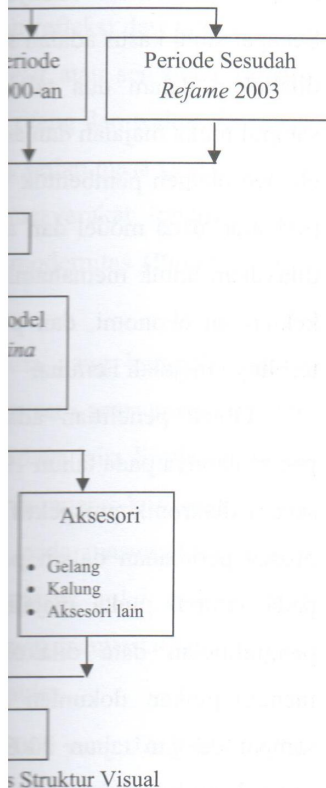
diklasifikasikan berdasarkan periode tahun terbitnya yaitu periode 1970-an, 1980-an, 1990-an, 2000-an, dan sesudah *refame* tahun 2003, untuk kemudian dianalisis simbol artefak yang muncul di dalamnya.



Bagan 2. Skema Pengolahan Data Analisis Struktur Visual

Skema di atas menjelaskan alur pengumpulan dan sistem klasifikasi pengolahan data yang dilakukan untuk menemukan makna denotasi artefak dari setiap periodenya.

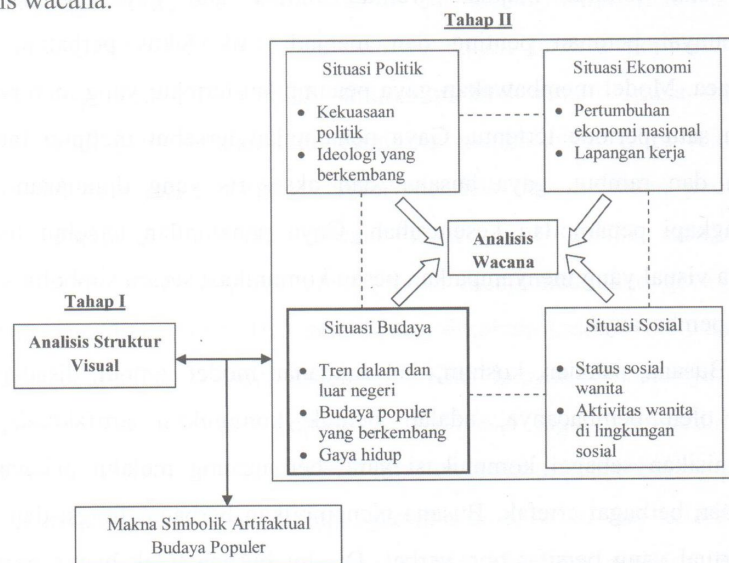
nya yaitu periode 1970-an, tahun 2003, untuk kemudian



an dan sistem klasifikasi kan makna denotasi artefak

Makna denotasi adalah makna awal utama atau makna sebenarnya dari sebuah teks. Jabaran struktur visual model dan atribut fesyen yang dipergunakannya merupakan makna denotasi yang diperoleh dari data visual sampul muka majalah Femina. Hasil pengolahan data pada analisis struktur visual tersebut dilanjutkan dengan analisis tahap kedua yaitu analisis wacana. Analisis wacana merupakan bentuk analisis kualitatif untuk memberi pemaknaan dan interpretasi terhadap teks, yang memfokuskan pada penyampaian pesan tersembunyi dalam komunikasi (Eriyanto, 2001, 337-339).

Skema di bawah ini menjelaskan alur analisis, dari analisis Tahap I berupa analisis struktur visual dan relasinya dengan analisis Tahap II berupa analisis wacana.



Bagan 3. Skema Analisis Wacana Teks Visual

Makna simbolik artifaktual merupakan makna tingkat kedua dari sebuah teks visual. Makna tersebut didapat dari korelasi antara makna

denotasi hasil analisis struktur visual dengan analisis wacana. Data untuk analisis wacana diperoleh dari teks-teks visual dan verbal dari berbagai artikel yang dimuat di majalah Femina dan media massa lain pada masa itu. Analisis wacana mempertimbangkan faktor-faktor luar seperti situasi politik, ekonomi, dan sosial masyarakat, dengan titik fokus pada situasi budaya saat itu. Situasi budaya dan budaya populer yang sedang menjadi tren menjadi penanda dan mempengaruhi gaya hidup serta fesyen yang digunakan oleh model saat itu.

D. KOMUNIKASI SIMBOLIK ARTIFAKTUAL PADA SAMPUL MUKA MAJALAH FEMINA

Pada sampul majalah wanita, model dan gaya berbusananya mempunyai peranan penting dan menjadi titik fokus perhatian calon pembaca. Model membawakan gaya penampilan tertentu yang menjadi tren dalam satu periode tertentu. Gaya penampilan tersebut meliputi tata rias wajah dan rambut, gaya busana, dan aksesoris yang digunakan untuk melengkapi penampilan keseluruhan. Gaya penampilan tersebut menjadi bahasa visual yang menyampaikan pesan komunikasi secara simbolik kepada calon pembacanya.

Busana, pakaian, kostum, dan dandanan model sampul, disadari atau tidak oleh pembacanya, adalah bentuk komunikasi artifaktual, yang didefinisikan sebagai komunikasi yang berlangsung melalui pakaian dan penataan berbagai artefak. Busana menampilkan berbagai fungsi dan pesan artifaktual yang bersifat non verbal. Di sini busana tidak hanya berfungsi fisik semata, yaitu melindungi tubuh dari cuaca dan juga membantu menyembunyikan bagian-bagian tertentu dari tubuh kita. Busana mempunyai

fungsi lain yaitu untuk
mengkomunikasikan bu

Busana dan akses
majalah pada periode ter
masa itu. Sosok mode
majalah Femina mengha
oleh media massa. Se
budaya populer. Citra
menjadi tanda-tanda d
populer adalah sistem y
yang tertuang dalam ber

Hubungan yang e
berbasis selebriti (*cele*
selebriti yang disampa
mempengaruhi pember
selebriti ini kemudian
karena menjadikan s
penampilan (*celebrity-i*
termasuk gaya busana
Femina sebagai majalah

Perkembangan b
situasi politik, ekonomi
dan perkembangan eko
arus media, juga keterb
dari Barat. Perkembang
berimbas kepada situas
televisi, tren musik, dan

alisis wacana. Data untuk dan verbal dari berbagai massa lain pada masa itu. luar seperti situasi politik, is pada situasi budaya saat ang menjadi tren menjadi yen yang digunakan oleh

UAL PADA SAMPUL

dan gaya berbusananya k fokus perhatian calon tertentu yang menjadi tren tersebut meliputi tata rias s yang digunakan untuk ampilan tersebut menjadi asi secara simbolik kepada

del sampul, disadari atau nikasi artifaktual, yang ang melalui pakaian dan berbagai fungsi dan pesan na tidak hanya berfungsi ca dan juga membantu n kita. Busana mempunyai

fungsi lain yaitu menampilkan peran sebagai pajangan budaya yang mengkomunikasikan budaya kita (Barnard, 2007, vi).

Busana dan aksesoris yang digunakan oleh model pada sampul muka majalah pada periode tertentu secara simbolik menampilkan tren budaya pada masa itu. Sosok model menjadi pembawa pesan. Media massa seperti majalah Femina menghasilkan sosok-sosok selebriti yang terbentuk citranya oleh media massa. Selebriti menjadi representasi dari realitas bentukan budaya populer. Citra selebriti yang diungkapkan melalui media massa menjadi tanda-tanda dalam budaya populer. Tanda-tanda dalam budaya populer adalah sistem yang mengekspresikan ide-ide atau gagasan manusia yang tertuang dalam bentuk-bentuk budaya populer.

Hubungan yang erat antara selebriti dan media menghasilkan budaya berbasis selebriti (*celebrity based-culture*) dalam budaya populer. Citra selebriti yang disampaikan salah satunya melalui sampul muka majalah mempengaruhi pembentukan citra feminitas pembacanya. Citra feminitas selebriti ini kemudian menjadi cermin identitas dan dambaan pembaca, karena menjadikan selebriti sebagai figur ideal dalam membentuk penampilan (*celebrity-inspired identity*) dan mengembangkan gaya hidup termasuk gaya busananya. Hal inilah yang dikomunikasikan oleh majalah Femina sebagai majalah "Gaya Hidup Masa Kini" kepada pembacanya.

Perkembangan budaya populer di Indonesia juga dipengaruhi oleh situasi politik, ekonomi dan sosial saat itu. Keterbukaan dalam bidang politik dan perkembangan ekonomi mempengaruhi situasi sosial dan keterbukaan arus media, juga keterbukaan masyarakat terhadap berbagai pengaruh budaya dari Barat. Perkembangan media dan perubahan tren budaya populer di dunia berimbas kepada situasi budaya populer di Indonesia. Pengaruh teknologi televisi, tren musik, dan perkembangan film layar lebar mempengaruhi tren

fesyen dunia, termasuk di Indonesia. Tren fesyen banyak dipengaruhi oleh tren produk budaya populer lain karena adanya pengaruh dan kuasa media massa. Tabel di bawah ini menunjukkan perubahan penggunaan artefak budaya oleh model sampul majalah Femina pada berbagai periode.

Tabel 1. Perubahan Penggunaan Artefak Budaya sebagai Simbol Budaya Populer di Majalah Femina

Sampul Muka Majalah Femina	 No. 25 / 1974	 No. 3/XII-1984	 No. 15/XXI-1993	 No. 8/XXX-2002	 No. 39/XXXIV-2006
Klasifikasi	Periode 1970-an	Periode 1980-an	Periode 1990-an	Periode 2000-an	Periode Sesudah Refame 2003
Model	Wanita Indonesia, dengan bentuk wajah bulat lonjong.	Model Indonesia, dengan bentuk wajah bulat dan tulang pipi menonjol.	Bentuk wajah lonjong, lebih memanjang, ada kehadiran model indo.	Bentuk wajah lonjong dengan sudut dagu lebih meruncing, ada model indo.	Bentuk wajah lonjong dengan sudut dagu lebih meruncing, ada model indo.
Gaya Rias dan Busana	Rias wajah lengkap dan rambut tertata rapi, busana dominan bermotif dan banyak detail.	Rias wajah dan rambut lebih natural, busana longgar berwarna cerah.	Rias wajah dan rambut bervariasi, busana <i>glamour</i> dan kasual.	Rias wajah dan warna rambut bervariasi, busana berpotongan sederhana untuk pesta, kerja, atau kasual.	Rias wajah dan rambut bervariasi, busana untuk pesta, kerja, atau kasual, dengan lebih banyak detail dan lebih terbuka.



Aksesori	Giwang besar dan hiasan bunga.
Tren Budaya Populer	Modernisasi berorientasi Barat. Pengaruh budaya <i>psychedelic</i> dan <i>hippie</i> .

E. KESIMPULAN

Komunikasi me
maupun tak langsung
pada sampul muka
langsung. Penggunaan
aksesoris yang digu
artifaktual mengenai
populer yang melatar
periode waktu dan r
artefak yang digunaka

banyak dipengaruhi oleh pengaruh dan kuasa media dalam penggunaan artefak berbagai periode.

Bol Budaya Populer di Majalah

	
No. 8/XXX-2002	No. 39/XXXIV-2006
Periode 2000-an	Periode Sesudah Refame 2003
Bentuk wajah lonjong dengan sudut dagu lebih meruncing, ada model indo.	Bentuk wajah lonjong dengan sudut dagu lebih meruncing, ada model indo.
Rias wajah dan rama rambut bervariasi, busana erpotongan sederhana untuk pesta, kerja, atau casual.	Rias wajah dan rambut bervariasi, busana untuk pesta, kerja, atau casual, dengan lebih banyak detail dan lebih terbuka.

Aksesori	Giwang besar dan hiasan bunga.	Anting dan kalung plastik berwarna cerah.	Anting besar atau kecil berwarna keemasan.	Tidak memakai anting dan kalung untuk menambah kesan glamour.	Anting panjang, kalung, atau gelang digunakan untuk menambah kesan glamour.
Simbolik Artifaktual dari Budaya Populer ↓					
Tren Budaya Populer	Modernisasi berorientasi Barat. Pengaruh budaya <i>psychedelic</i> dan <i>hippie</i> .	Gaya hidup dan tren pergaulan <i>disco</i> dan <i>breakdance</i> .	Era elektronik dimulai. Televisi bervariasi. Telenovela menjadi tren.	Meluasnya peran media massa. Gaya hidup konsumerisme dan selebritis menjadi patokan. Film, televisi, sinetron.	Tren dan gaya hidup global. Film, televisi, jejaring sosial. Pencitraan diri dengan atribut untuk membentuk status sosial.

E. KESIMPULAN

Komunikasi melalui media massa dapat berupa komunikasi langsung maupun tak langsung. Bentuk komunikasi melalui teks visual yang terdapat pada sampul muka majalah Femina merupakan bentuk komunikasi tak langsung. Penggunaan simbol-simbol budaya berupa gaya busana model dan aksesoris yang digunakannya merupakan bentuk komunikasi simbolik artifaktual mengenai budaya populer yang sedang menjadi tren. Budaya populer yang melatarbelakangi wacana kehidupan masyarakat pada suatu periode waktu dan ruang tertentu diceritakan secara tak langsung melalui artefak yang digunakan oleh model tersebut. Komunikasi non verbal tersebut

merupakan cara kerja media massa yang juga menjadi medium komunikasi bagi budaya populer yang berperan dalam mengkonstruksi budaya dan sosial kultural kita. Dalam lingkup lebih luas, gaya busana yang ditampilkan oleh model dan selebritis pada sampul muka majalah telah membentuk gaya busana wanita Indonesia sebagai pembacanya dan mengkomunikasikan tatanan sosial pembacanya. Hal ini dimungkinkan karena wanita kerap menjadikan majalah sebagai sumber informasi praktis untuk menegaskan posisinya dalam masyarakat sekaligus mendukung kehidupan sosial budayanya termasuk dalam hal pemilihan gaya berbusana. Selain itu informasi tentang film, televisi, dan musik terkini, menjadi acuan budaya populer yang sedang mengemuka.

Dalam keragaman busana dan aksesoris yang dipergunakan oleh model sampul, terdapat perbedaan dari satu periode ke periode yang lain yang menampilkan garis besar mode saat itu. Garis besar tersebut ditentukan oleh ciri fisik busana dan aksesoris, yang meliputi warna, potongan, dan bahan. Kecenderungan gaya busana tersebut menjadi tren fesyen, yang erat hubungannya dengan tren budaya populer dan pelakunya dalam hal ini kemudian menjadi selebriti. Keterkaitan ini menjadikan gaya busana model tidak lepas dari gaya busana selebriti yang menjadi acuan gaya busana wanita pada umumnya sebagai pembaca majalah.

Pesan tak tertulis yang disampaikan melalui wacana budaya populer yang menjadi tren pada periode waktu tertentu terwujud dalam citra visual model pada sampul muka majalah Femina. Model tampil dan mengkomunikasikan gaya hidup yang dipopulerkan oleh media massa untuk mempengaruhi gaya hidup pembacanya. Inilah yang menjadi makna budaya populer bagi masyarakat yang dikomunikasikan secara simbolik artifaktual kepada pembaca majalahnya. Sebagaimana *tagline* majalah Femina yaitu

"Gaya Hidup Masa Kini"
sampil muka majalah t
dalam sampul muka r
antara masyarakat dan
media massa yang dipe
khususnya budaya mas
wanita yang menjadi r
masa.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Barnard, M. (2007). *Fa*
dan Yosol Iriantara)
Cavalero, D. (2004). *C*
Budaya, (terj. Laily
Eriyanto (2001). *Anal*
Yogyakarta: LKiS.
Hartley, J. (2010). *Co*
Kunci, (terj. Kartika
Meliono, Irmayanti, &
Yayasan Kota Kita.
Piliang, Y.A. (2003). *F*
Makna. Yogyakarta
Rivers, W. L, et al. (20
Munandar & Dud
Kencana.
Sachari, A. (2007). *Bud*

menjadi medium komunikasi konstruksi budaya dan sosial yang ditampilkan oleh media telah membentuk gaya dan mengkomunikasikan karena wanita kerap praktis untuk menegaskan dukungan kehidupan sosialnya berbusana. Selain itu ini, menjadi acuan budaya

yang digunakan oleh model periode yang lain yang tersebut ditentukan oleh warna, potongan, dan bahan. Tren fesyen, yang erat pelakunya dalam hal ini adalah gaya busana model acuan gaya busana wanita

di wacana budaya populer terwujud dalam citra visual media. Model tampil dan oleh media massa untuk yang menjadi makna budaya secara simbolik artifaktual di majalah Femina yaitu

"Gaya Hidup Masa Kini", maka gaya busana memegang peran penting pada sampul muka majalah tersebut. Gaya hidup masyarakat urban yang muncul dalam sampul muka majalah wanita merupakan pengaruh-mempengaruhi antara masyarakat dan media massa, sehingga kehadiran wacana dalam media massa yang dipengaruhi situasi dan kondisi politik, ekonomi, sosial, khususnya budaya masyarakat keseluruhan telah mempengaruhi penampilan wanita yang menjadi model sampul muka majalah dalam suatu penggalan masa.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Barnard, M. (2007). *Fashion sebagai Komunikasi*, (terj. Idi Subandy Ibrahim dan Yosol Iriantara). Yogyakarta: Jalasutra.
- Cavalero, D. (2004). *Critical and Cultural Theory: Teori Kritis dan Teori Budaya*, (terj. Laily Rahmawati). Yogyakarta: Niagara.
- Eriyanto (2001). *Analisis Wacana : Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKiS.
- Hartley, J. (2010). *Communication, Cultural, & Media Studies: Konsep Kunci*, (terj. Kartika Wijayanti). Yogyakarta: Jalasutra.
- Meliono, Irmayanti, & Budianto. (2004). *Ideologi Budaya*. Jakarta : Yayasan Kota Kita.
- Piliang, Y.A. (2003). *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Rivers, W. L, et al. (2003). *Media Massa & Masyarakat Modern*, (terj. Haris Munandar & Dudy Priatna), Edisi Kedua, Cetakan Ketiga, Jakarta: Kencana.
- Sachari, A. (2007). *Budaya Visual Indonesia*. Jakarta: Erlangga.

Strinati, D. (2004). Popular Culture: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer, (terj. Abdul Mukhid), Cetakan Kedua, Yogyakarta: PT Bentang Pustaka.

KOMUNIKASI

Jalan M.H. Th

Abstrak

Setiap pelaku satu aktivitas komunikasi dalam pasangannya hidup, untuk membangun menjadi proses distandarkan untuk masalahnya adalah tergantung pada perlu adanya komunikasi. Tetapi, komunikasi telah atas semua komunikasi. Alkitabiah mem Tuhan dalam setiap hubungan antar model komunikasi.

Kata kunci: Komunikasi

Abstract

Each communication, etc. has ideally in the intimacy is not were standardized problem of the communication dependent on human on the needs of